**Persbericht**

**Job Discovery Day**

**Jongeren en de arbeidsmarkt:**

**Optimistisch, op zoek naar sociale contacten**

 **en een juiste balans privé-werk!**

* Het is een van de trends die de enquête[[1]](#footnote-1) van onderzoeksbureau Trendwolves aan het licht bracht. Deze enquête werd afgenomen bij Belgische 17- tot -25-jarigen op vraag van McDonald’s België ter gelegenheid van de eerste editie van de Job Discovery Day op zondag 30 maart in alle restaurants.
* Tijdens open gesprekken met de McDonald’s medewerkers ontdekken vrienden, familie van de medewerkers en consumenten welke jobs ze er uitoefenen en welke opleidingen ze krijgen.
* Van de meer dan 3.100 McDonald’s medewerkers in België is 51% jonger dan 25 jaar (1/3 van die jongeren is van vreemde herkomst).
* Ook de federale, Vlaamse en Waalse ministers van Werk en Fons Leroy zijn van de partij op deze Job Discovery Day.

Op zondag 30 maart 2014 vindt de allereerste editie van de Job Discovery Day plaats in alle Belgische McDonald’s restaurants.2 Deze dag heeft als doel de jobs bij McDonald’s op te waarderen door ze in de kijker te zetten. Veel mensen weten niet wat een job bij McDonald’s precies inhoudt. Ze denken dat het om eentonige jobs gaat die geen perspectieven bieden, enz. Wie beter dan de **medewerkers zelf kunnen de vragen over hun job beantwoorden** en bezoekers rondleiden in de keukens om te laten zien hoe een doorsnee werkdag eruitziet.

Deze Job Discovery Day is ook de ideale gelegenheid om de resultaten bekend te maken van een enquête over jongeren (17-25-jaar) en de arbeidsmarkt, in samenwerking met Trendwolves, een onderzoeksbureau gespecialiseerd in jongerentrends. “Aangezien **51% van onze medewerkers jonger is dan 25 jaar** (1/3 is van vreemde herkomst), vinden we het uitermate belangrijk om naar die leeftijdsgroep te luisteren, te achterhalen hoe ze tegen de arbeidsmarkt aankijken en welke verwachtingen ze koesteren”, zegt Sabine Gekiere, HR Director bij McDonald’s België. Bovendien gaat het voor de meesten om een **eerste werkervaring**, die ze nodig hebben om tot de arbeidsmarkt te kunnen toetreden.

Een van de opvallende resultaten van deze enquête is het optimisme onder deze generatie van 17-25-jarigen. Zo denkt meer dan de helft van de ondervraagden uit het laatste jaar secundair onderwijs dat het maar hoogstens 2 maanden zal duren om een job te vinden (17,7% binnen de maand en 36,1% tussen een en twee maanden).

Er is een verschil in perceptie tussen de laatstejaars van het middelbaar onderwijs en de jonge werknemers. Dat verschil is te verklaren door het feit dat jongeren die aan de slag gaan op de arbeidsmarkt, geconfronteerd worden met de werkelijkheid. Zo vormt een slechte werksfeer voor 83,6% van de laatstejaars de hoofdreden om een nieuwe job te zoeken tegenover 57% van de jonge werknemers, voor wie deze reden pas op de tweede plaats komt, na een te laag loon (62,2%).

De ondervraagden zijn bereid om lang te zoeken naar DE job waarin ze zich goed voelen. Zodra ze die gevonden hebben, willen ze hem niet meer loslaten (48,8%). De eerste job is voor 73,6% een opstap. De mobiele generatie is het meest geneigd om die job te zoeken die bij hun persoonlijkheid past.

Voor de laatstejaars vormt het loon een belangrijk aspect van hun ideale job: 92,4% geeft het loon op als voornaamste prioriteit. Bijna even belangrijk zijn enkele sociale factoren (aangename werksfeer: 84,4%, contact met de collega’s: 79,5%, leermogelijkheden: 60,3%). Vervolgens komen opnieuw economische factoren zoals promotiekansen (61,2%), opslag (60,3%), extralegale voordelen (52,7%), enz. In de top 3 bevinden zich dus twee factoren die verband houden met het sociale karakter van een job.

Tijdens de eerste werkjaren geeft 62,1% van de ondervraagden voorrang aan hun job ten opzichte van hun hobby’s en 52,1% ten opzichte van hun vrienden. Na 10 jaar werken winnen vrienden en hobby’s terrein tegenover de job. Voor slechts 42,9% van de ondervraagden gaat de job nog voor op vrienden en 46,2% voor op hobby’s. Het gezin en de partner blijven heilig en beide zijn belangrijker dan het werk, maar worden nog belangrijker na tien jaar (van 72,2% in de eerste werkjaren tot 76,9% na 10 jaar).

McDonald’s België stelt vast dat deze groep jongeren een job wil vinden en heel graag wil leren op de werkplek. “We vinden regelmatig ruwe diamanten in die leeftijdsgroep van -25-jarigen”, zegt Sabine Gekiere. “Gemotiveerde jongeren die weten wat ze willen en willen bewijzen wat ze waard zijn”, vervolgt ze. Uit de enquête blijkt ook dat sociale aspecten zoals “een aangename werksfeer” en “goede contacten met de collega’s” heel belangrijk zijn voor deze jongeren. “We zijn ervan overtuigd dat er voor ons hier een rol is weggelegd wetende dat heel wat van hun verwachtingen bij de Belgische McDonald’s restaurants ingelost worden. Jammer genoeg zijn alleen onze medewerkers zich bewust van de kansen die McDonald’s biedt. De laatstejaars technisch en beroepsonderwijs en jonge werknemers overwegen werken bij McDonald’s als vakantiejob, maar niet als een vaste job”, zegt Stephan De Brouwer, Managing Director van McDonald’s België. McDonald’s biedt jongeren daarentegen de kans om een noodzakelijke eerste werkervaring op te doen en de jobs zijn veel meer dan hamburgers bakken.

De federale, Vlaamse en Waalse Ministers van Werk en Fons Leroy, Algemeen Directeur van de VDAB zijn erg bekommerd om deze leeftijdsgroep en zich bewust van de situatie van jongeren op de Belgische arbeidsmarkt. Ze komen dan ook langs om kennis te maken met de medewerkers en met hen te praten over hun job. Tegelijk komen ze te weten welke verwachtingen de jonge ondervraagden uit de enquête koesteren.

 \*\*\*

**Contacteer voor meer informatie:**

Kristel Muls – McDonald’s België – 02 716 04 50

Karima Ghozzi – PRIDE – 0485 12 77 79 – karima.ghozzi@pr-ide.be

Isabelle Verdeyen – PRIDE – 0486 89 38 62 – isabelle.verdeyen@pr-ide.be

**Over McDonald’s België.**66 van de 67 Belgische McDonald's restaurants staan onder leiding van 22 franchisenemers. McDonald’s België en haar franchisenemers kondigden ter gelegenheid van de 35e verjaardag in maart 2013, 500 nieuwe arbeidsplaatsen en een investering van €60 miljoen aan tegen einde 2015. Het bedrijf onderscheidt zich door te investeren in mensen, innovaties en milieu.

1. Enquête afgenomen in februari 2014 bij meer dan 500 jongeren van 17 tot 25 jaar verdeeld in twee groepen: leerlingen uit het laatste jaar technisch en beroeps secundair onderwijs, en jonge werknemers.

2 Uitgezonderd Anderlecht en Halle. [↑](#footnote-ref-1)